

**UPAYA KONSUMEN DALAM MENUNTUT GANTI RUGI DARI
PEMALSUAN MEREK SUKU CADANG SEPEDA MOTOR
(STUDI DI KOTA MALANG)**

Laudita Cahyanti, Dr. Bambang Winarno, SH., MS., Djumikasih, SH., MH

Fakultas Hukum Universitas Brawijaya

E-mail: lauditaeric@gmail.com

ABSTRAK

LAUDITA CAHYANTI, Hukum Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Hukum Universitas Brawijaya Malang, Oktober 2014, *Upaya Konsumen dalam Menuntut Ganti Rugi dari Pemalsuan Merek Suku Cadang Sepeda Motor (Studi di Kota Malang)*, Dr. Bambang Winarno, SH., MS., Djumikasih, SH., MH

Dalam penelitian skripsi ini penulis bertitik tolak dari permasalahan (1) Upaya konsumen dalam menuntut ganti rugi dari pemalsuan merek suku cadang sepeda motor di kota Malang (2) Hambatan konsumen dalam menuntut ganti rugi akibat pemalsuan merek suku cadang sepeda motor di kota Malang.

Penelitian yang digunakan adalah yuridis sosiologis yang mengacu pada norma hukum yang berlaku kemudian dikaitkan dengan pelaksanaan norma hukum tersebut di lapangan. Responden dari penelitian ini yakni 40 orang konsumen suku cadang sepeda motor yang mengalami pemalsuan merek di Kota Malang dan Ir. Titik Mujiati, Kepala Sekertariat BPSK Kota Malang.

Berdasarkan hasil dari penelitian diperoleh hasil sebagai berikut: (1) 70% responden memilih untuk diam dan tidak melakukan upaya untuk menuntut ganti rugi. (2) Hambatan konsumen dalam menuntut ganti rugi antara lain karena kurangnya kepercayaan terhadap penegak hukum, kurangnya pengetahuan mengenai adanya lembaga yang membantu konsumen, kurangnya kesadaran mengenai pentingnya upaya penyelesaian sengketa konsumen dan kurangnya ketertarikan masyarakat untuk memakai jasa BPSK.

Diharapkan kedepannya ada peningkatan kesadaran hukum masyarakat akan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, serta adanya sosialisasi mengenai BPSK, diharapkan masyarakat menjadi konsumen yang cerdas dalam memilih suku cadang, meminimalisasi penjualan suku cadang palsu untuk menghindari kerugian, dan mencantumkan ciri khusus pada suku cadang asli sebagai acuan untuk konsumen.

ABSTRACT

LAUDITA CAHYANTI, Economics and Business Law, Faculty of law, University of Brawijaya Malang, October 2014, The Efforts of Consumers in Demanding Compensation from Counterfeiting Brand Motorcycle spare parts (Studies in the city of Malang), Dr. Bambang Winarno, SH., MS., Djumikasih, SH., MH

In this thesis studies the author of decline dotted (1) consumer Efforts in demanding compensation from counterfeiting brand spare parts of motorcycles in the city of Malang (2) barriers to consumers in demanding indemnity as a result of counterfeiting brand spare parts of motorcycles in the city of Malang.

Research used is the juridical sociological which refers to the legal norms that apply later is associated with the implementation of these legal norms in the field. The respondents of the study i.e. 40 consumer motorcycle parts that experienced counterfeit brands in Malang and Ir. Titik Mujiati, head of Secretariat for BPSK Malang.

Based on the results of the research were obtained the following results: (1) 70% of the respondents chose to be quiet and not make an effort to sue for punitive damages. (2) consumer Resistance in demanding compensation among others due to lack of confidence in the law enforcement, lack of knowledge about the existence of institutions that help consumers, the lack of awareness about the importance of consumer dispute resolution efforts and the lack of Community interest to use services of BPSK.

Expected future there is increased awareness of law society consumer protection legislation, as well as the socialization of BPSK, expected to be smart consumers in selecting replacement parts, minimizing the fake spare parts sales to avoid a loss, and included original characteristic for spare parts as a reference for consumers.

A. Pendahuluan

Dewasa ini, masyarakat memiliki mobilitas yang cukup tinggi dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Masyarakat dituntut serba cepat dalam menyelesaikan semua kegiatannya, oleh karena itu permintaan masyarakat terhadap sarana transportasi baik transportasi umum maupun kendaraan pribadi semakin menunjukkan peningkatan. Dalam pemilihan sarana transportasi, masyarakat ternyata lebih menaruh minat terhadap kendaraan pribadi, terutama sepeda motor. Hal ini juga berlaku di kota Malang, masyarakat kota Malang lebih banyak yang memilih sepeda motor sebagai sarana transportasi favorit karena dianggap cepat dan murah.

Kota Malang adalah salah satu kota berkembang dan terbesar nomor dua yang berada di provinsi Jawa Timur setelah Surabaya. Di kota Malang sendiri, telah ditemukan kasus pemalsuan merek suku cadang sepeda motor yang terjadi pada bengkel-bengkel kecil sejak pertengahan tahun 2013.¹ Pemalsuan merek yang terjadi di kota Malang ini tentu saja merugikan konsumen yang bermaksud menjaga performa dari sepeda motor miliknya. Hal ini bertentangan dengan hak konsumen sesuai dengan pasal 4 poin b dan poin h Undang-undang no. 9 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa konsumen memiliki hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan dan juga hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Suku cadang palsu telah menyebabkan kerugian bagi konsumen karena barang yang diterima tidak sesuai dengan yang seharusnya karena kualitas suku cadang palsu yang tidak sebaik suku cadang asli, oleh karena itu, konsumen tentu berhak untuk menuntut ganti rugi atas kerugian yang mereka terima.

¹ Hasil wawancara pra-survey dengan anggota Tipiter pada tanggal 29 Januari 2014 pukul 13.15 WIB, di Kepolisian Resort Kota Malang.

B. Masalah/Isu Hukum

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka terdapat beberapa pokok permasalahan yang akan dibahas, yaitu: (1) Bagaimana upaya konsumen dalam menuntut ganti rugi dari pemalsuan merek suku cadang sepeda motor di kota Malang? dan (2) Apa hambatan konsumen dalam menuntut ganti rugi akibat pemalsuan merek suku cadang sepeda motor di kota Malang?

C. Pembahasan

Pada penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian hukum empiris. Penelitian hukum empiris memiliki istilah lain yang dapat digunakan yaitu penelitian hukum sosiologis dan dapat pula disebut penelitian lapangan.². Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan yuridis sosiologis. Dalam penelitian ini, penulis mengidentifikasi upaya yang dilakukan oleh konsumen setelah mengalami pemalsuan merek suku cadang sepeda motor yang berhubungan dengan Undang-Undang no. 9 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 4 poin b dan poin h yang menyatakan bahwa konsumen memiliki hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan dan juga hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Tabel 1 : Tabel Tahun Pembuatan Sepeda Motor Responden

Tahun Pembuatan Sepeda Motor Responden	Jumlah	Jumlah dalam (%)
Tahun 2000 dan sebelumnya	2	5%
Antara tahun 2000-2004	12	30%
Antara tahun 2005-2009	18	45%

² Bambang Waluyo, **Penelitian Hukum Dalam Praktik**, Sinar Grafika, Jakarta, 2002, hal 15.

Antara tahun 2010-2014	8	20%
Lainnya	0	0%
TOTAL	40	100%

Sumber: Data primer, diolah pada tahun 2014

Dalam penelitian kali ini, terdapat 40 orang konsumen yang telah mengalami kejadian pemalsuan suku cadang sepeda motor di kota Malang, dari keseluruhan 40 orang responden, 2 orang responden (5%) memiliki sepeda motor buatan tahun 2000 dan sebelumnya, 12 orang responden (30%) memiliki sepeda motor buatan tahun antara 2000 – 2004, sementara 18 orang responden (45%) memiliki sepeda motor buatan tahun antara 2005 – 2009, dan 8 orang responden (20%) memiliki sepeda motor buatan tahun antara 2010 – 2014. Hal ini mempengaruhi berapa lama periode perbaikan/*maintenance* sepeda motor mereka, karena responden yang memiliki sepeda motor buatan tahun 2000 keatas memiliki periode perbaikan/*maintenance* yang lebih sering daripada motor buatan tahun 2010-2014.

Tabel 2: Tabel Pengetahuan Responden Mengenai Suku Cadang Palsu yang Dibeli

Pengetahuan Responden Mengenai Suku Cadang Palsu yang Dibeli	Jumlah Orang	Jumlah dalam (%)
Tahu	26	65%
Tidak Tahu	14	35%
TOTAL	40	100%

Sumber: Data primer, diolah pada tahun 2014

Dalam kasus pemalsuan suku cadang sepeda motor ini, 26 orang (65%) telah mengetahui bahwa produk yang mereka beli adalah palsu, sedangkan sisanya 14 orang (35%) tidak mengetahui bahwa suku cadang yang mereka beli adalah palsu, konsumen yang telah mengetahui suku cadang tersebut palsu memiliki banyak alasan mengapa mereka membeli suku cadang palsu tersebut, namun alasan-alasan tersebut memiliki persamaan pada intinya yaitu karena merasa harga suku cadang sepeda

motor yang asli terlalu mahal, belum mendapatkan dampak negatif dari suku cadang palsu, selain itu juga karena kesulitan mendapatkan suku cadang asli untuk sepeda motor dengan tahun pembuatan sepeda motor lama. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada pelaku usaha yang tidak memenuhi kewajiban mereka untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan sesuai dengan pasal 7 poin b Undang-Undang no. 9 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

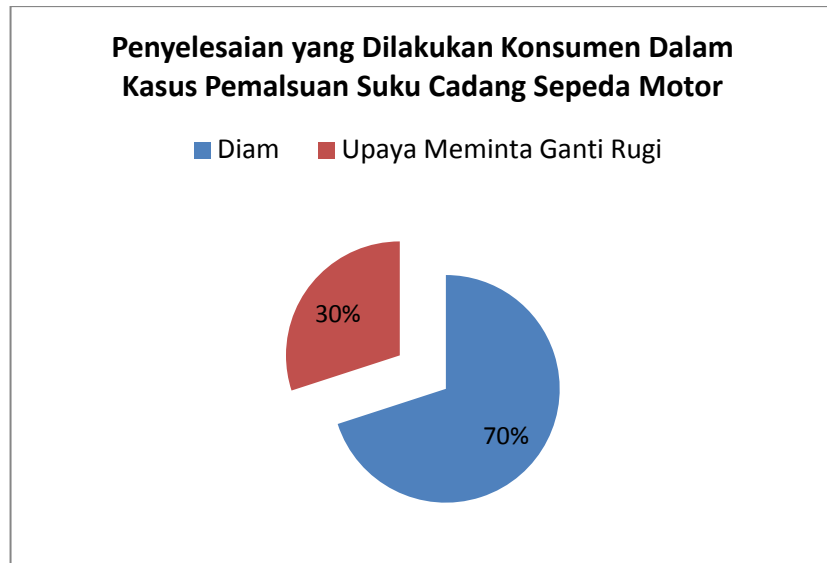
Tabel 3 : Tabel Penyelesaian yang Dilakukan Konsumen Dalam Kasus Pemalsuan Suku Cadang Sepeda Motor

Penyelesaian yang Dilakukan Konsumen Dalam Kasus Pemalsuan Suku Cadang Sepeda Motor	Jumlah Orang	Jumlah dalam (%)
Diam	28	70%
Meminta Ganti Rugi	12	30%
TOTAL	40	100%

Sumber: Data primer, diolah pada tahun 2014

Dari hasil penelitian terhadap 40 orang responden yang telah membeli suku cadang sepeda motor palsu, 28 orang responden (70%) memilih untuk diam dan tidak melakukan upaya apapun untuk menuntut ganti rugi atas kerugian yang diperoleh, sedangkan sisanya hanya 12 orang responden (30%) yang memilih upaya untuk meminta ganti rugi kepada bengkel.

Grafik 4: Penyelesaian yang Dilakukan Konsumen Dalam Kasus Pemalsuan Suku Cadang Sepeda Motor



Sumber: Data primer, diolah pada tahun 2014

Tabel 5 : Tabel Jenis Upaya yang Dilakukan Konsumen Dalam Meminta Ganti Rugi atas Kasus Pemalsuan Suku Cadang Sepeda Motor

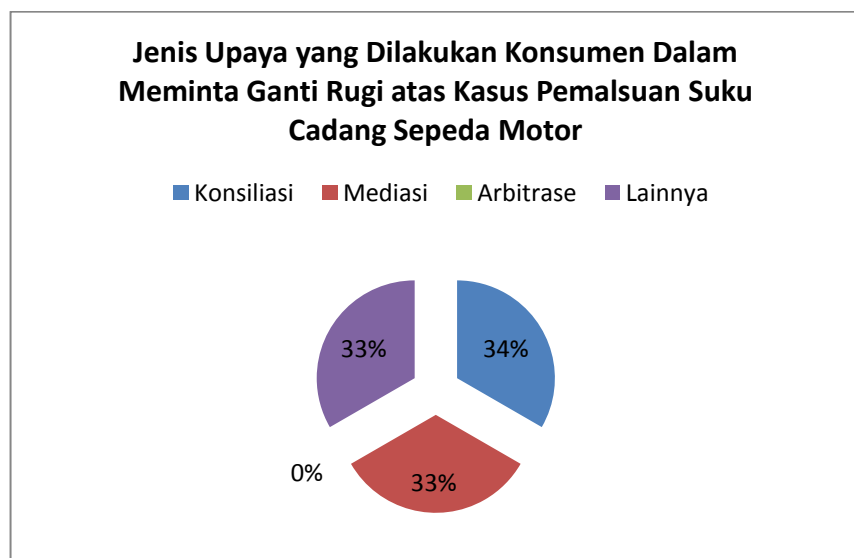
Jenis Upaya yang Dilakukan Konsumen Dalam Meminta Ganti Rugi atas Kasus Pemalsuan Suku Cadang Sepeda Motor	Jumlah Orang	Jumlah dalam (%)
Konsiliasi	4	34%
Mediasi	4	33%
Arbitrase	0	0%
Lainnya	4	33%
TOTAL	12	100%

Sumber: Data primer, diolah pada tahun 2014

Dari 12 orang responden yang berupaya meminta ganti rugi ke pihak bengkel terdiri dari 4 orang responden (33%) memilih menyelesaikan masalah dengan cara konsiliasi. Konsiliasi yang dilakukan oleh salah satu responden dilakukan antara pihak bengkel, konsumen, dan Ketua RT setempat sebagai pihak ketiga yang telah dianggap netral untuk memutuskan bagaimana perkara pemalsuan suku cadang ini diselesaikan.

4 orang responden lain (33%) memilih untuk melakukan upaya mediasi, mediasi yang dilakukan oleh salah seorang responden dilakukan secara non-formal antara konsumen, pemilik bengkel dan seorang ulama yang disegani di daerah tersebut sebagai mediator. Ulama tersebut memberikan masukan solusi untuk kedua belah pihak dan kedua belah pihak pada akhirnya menemukan kesepakatan untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen. Sisanya 4 orang responden (33%) melakukan cara lain untuk menyelesaikan sengketa dan penuntutan ganti rugi terhadap kerugian akibat suku cadang sepeda motor palsu, cara lain yang mereka pilih berupa negosiasi dengan pemilik bengkel dan diselesaikan secara kekeluargaan.

Grafik 6: Jenis Upaya yang Dilakukan Konsumen Dalam Meminta Ganti Rugi atas Kasus Pemalsuan Suku Cadang Sepeda Motor



Sumber: Data primer, diolah pada tahun 2014

Kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai adanya lembaga yang dapat membantu mereka menyelesaikan masalah mereka sebagai konsumen termasuk hambatan dalam upaya permintaan ganti rugi dalam kasus pemalsuan suku cadang sepeda motor.

**Tabel 7 : Tabel Pengetahuan Responden terhadap Badan Penyelesaian
Sengketa Konsumen Kota Malang**

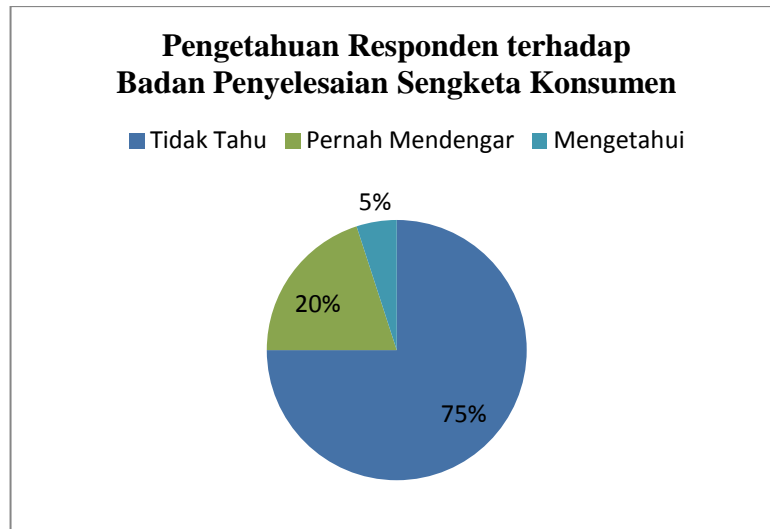
Pengetahuan Responden terhadap Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Kota Malang	Jumlah Orang	Jumlah dalam (%)
Tidak Tahu	30	75%
Pernah Mendengar	8	25%
Tahu	2	5%
TOTAL	40	100%

Sumber: Data primer, diolah pada tahun 2014

30 orang responden (75%) menyatakan bahwa mereka tidak mengetahui adanya Lembaga Yayasan Konsumen serta Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen di kota Malang, sedangkan 8 orang responden (20%) menyatakan bahwa mereka hanya pernah mendengar mengenai adanya Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen di kota Malang, dan sisanya hanya 2 orang responden (5%) mengetahui adanya Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen di kota Malang. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Kota Malang sendiri telah melakukan upaya sosialisasi pada tahun 2012 untuk mendongkrak pemahaman masyarakat tentang adanya lembaga ini yang dihadiri oleh pimpinan organisasi masyarakat, para aparatur, dan tokoh masyarakat, namun hal ini ternyata masih belum cukup³.

³ Hasil Wawancara dengan Ir. Titik Mujiati (Kepala Seksi Pemberdayaan Konsumen Bidang Perlindungan Konsumen Disperindag Kota Malang sekaligus sebagai Kepala Sekertariat Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Kota Malang)

Grafik 8: Pengetahuan Responden terhadap Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen



Sumber: Data primer, diolah pada tahun 2014

Minat masyarakat untuk meminta bantuan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Kota Malang masih sangat kurang apabila melihat hasil jawaban responden

Tabel 9 : Tabel Minat Responden menggunakan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

Minat Responden menggunakan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen	Jumlah Orang	Jumlah dalam (%)
Ya	30	75%
Tidak	10	25%
TOTAL	40	100%

Sumber: Data primer, diolah pada tahun 2014

Hanya 10 orang responden (25%) yang menyatakan bahwa jika mereka mengalami pemalsuan merek suku cadang sepeda motor, mereka berminat untuk meminta bantuan untuk menyelesaikan sengketa dengan pihak bengkel, sedangkan 30 orang responden (75%) sisanya memilih untuk tidak meminta bantuan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen kota Malang. Alasan mereka adalah karena merasa meminta bantuan kepada lembaga hanya membuang waktu serta membuang biaya lebih banyak daripada jumlah kerugian awal, selain itu karena responden

memang sudah mengetahui bahwa suku cadang sepeda motor yang dibeli adalah suku cadang palsu serta responden telah mengetahui resiko dari pemakaian suku cadang palsu.

Grafik 10: Minat Responden menggunakan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen



Sumber: Data primer, diolah pada tahun 2014

Kepercayaan konsumen terhadap penegak hukum dapat melindungi hak konsumen dalam pemalsuan suku cadang sepeda motor kurang apabila dilihat dari hasil pengisian kuisioner.

Tabel 4.16: Tabel Keyakinan Responden terhadap Penegak Hukum

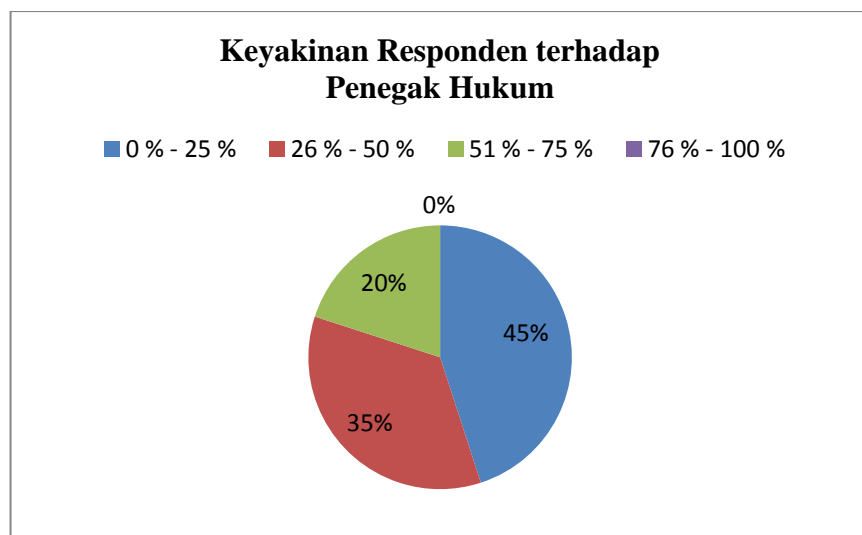
Keyakinan Responden terhadap Penegak Hukum	Jumlah Orang	Jumlah dalam (%)
0%-25%	18	45%
26%-50%	14	35%
51%-75%	8	20%
76%-100%	0	0%
TOTAL	40	100%

Sumber: Data primer, diolah pada tahun 2014

18 orang responden (45%) menyatakan bahwa keyakinan mereka bahwa penegak hukum dapat menyelesaikan permasalahan pemalsuan

suku cadang sepeda motor berkisar 0 % sampai dengan 25 % saja, sedangkan 14 orang responden (35%) menyatakan keyakinan mereka berkisar antara 26% sampai dengan 50 %, 8 orang responden (20%) menyatakan keyakinan mereka berkisar antara 51 % sampai dengan 75%, dan tidak ada satupun responden (0%) yang menyatakan keyakinan merka berkisar antara 76% sampai dengan 100 %. Jumlah keyakinan yang rendah tersebut adalah salah satu alasan mengapa mayoritas masyarakat tidak ingin melaporkan kejadian pemalsuan merek suku cadang sepeda motor yang mereka alami, karena masyarakat kurang mempercayai kinerja Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen sebagai penegak hukum. Penjelasan mengenai keyakinan konsumen terhadap penegak hukum diatas akan digambarkan sebagai grafik sebagai berikut.

Grafik 4.17: Keyakinan Responden terhadap Penegak Hukum



Sumber: Data primer, diolah pada tahun 2014

Dalam penelitian ini, konsumen telah cukup mempercayai bahwa isi dari undang-undang perlindungan konsumen dapat ditegakan dan melindungi hak-hak dari konsumen apabila melihat jawaban responden.

**Tabel 4.16 : Tabel Keyakinan Responden terhadap UU
Perlindungan Konsumen Ditegakkan**

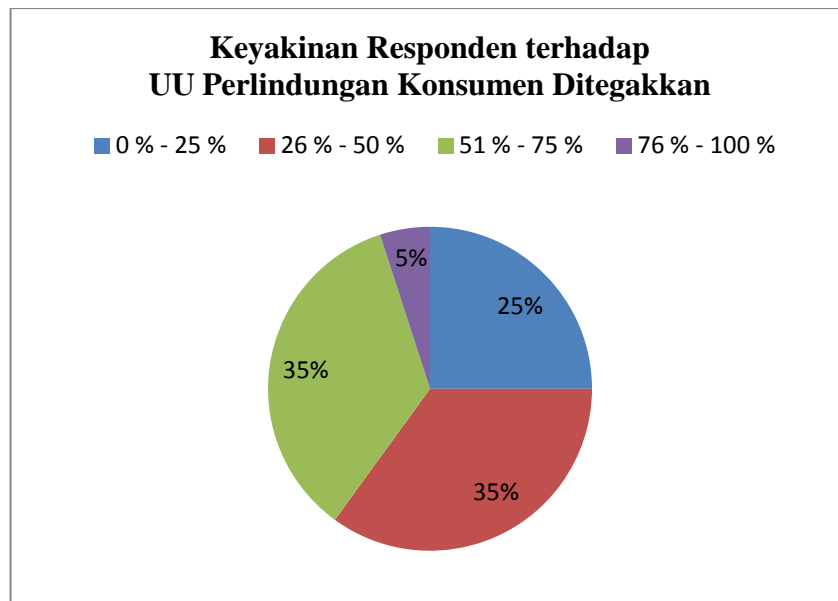
Keyakinan Responden terhadap UU Perlindungan Konsumen Ditegakkan	Jumlah Orang	Jumlah dalam (%)
0%-25%	10	25%
26%-50%	14	35%
51%-75%	14	35%
76%-100%	2	5%
TOTAL	40	100%

Sumber: Data primer, diolah pada tahun 2014

10 orang responden (25%) menyatakan keyakinan mereka hanya berkisar antara 0 % sampai dengan 25 % atau dapat dikatakan tidak yakin sama sekali atas penegakan hukum dari undang-undang perlindungan konsumen, 14 orang (35%) menyatakan keyakinan mereka berkisar antara 26% sampai dengan 50 %, 14 orang (35%) menyatakan keyakinan mereka berkisar antara 51 % sampai dengan 75%, dan sisanya 2 orang (5%) menyatakan keyakinan mereka berkisar antara 76% sampai dengan 100 % atau dengan kata lain sangat yakin dengan penegakan hukum dari undang-undang perlindungan konsumen .

Jika melihat bahwa masih ada sebagian responden yang tidak yakin dengan penegakan hukum undang-undang perlindungan konsumen sementara responden yang memiliki keyakinan penuh terhadap penegakan hukum dari undang-undang perlindungan konsumen hanya 5% sementara sisanya tidak memiliki keyakinan penuh terhadap penegakan hukum dari undang-undang perlindungan konsumen, maka hal ini adalah termasuk hambatan untuk masyarakat sendiri agar mendapatkan kesadaran hukum dan mendapatkan haknya sebagai seorang konsumen. Berikut ini adalah grafik yang menunjukkan penjelasan diatas.

**Grafik 4.17: Keyakinan Responden terhadap UU Perlindungan
Konsumen Ditegakkan**



Sumber: Data primer, diolah pada tahun 2014

D. Penutup

Dari hasil penelitian mengenai upaya konsumen dalam menuntut ganti rugi pemalsuan merek suku cadang sepeda motor, didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Konsumen dapat melakukan berbagai upaya hukum, namun 70% responden yang menjadi korban pemalsuan suku cadang sepeda motor memilih untuk diam dan tidak melakukan upaya apapun untuk menuntut ganti rugi, Hal ini tidak sesuai dengan Undang-Undang no. 9 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 4 poin h dan pasal 5 poin b, sementara 30% lainnya melakukan upaya mediasi (10%), konsiliasi (10%), dan upaya lain yang berupa negosiasi (10%)
2. Hambatan yang dialami konsumen dalam menuntut ganti rugi pemalsuan merek suku cadang sepeda motor antara lain adalah:

- a. karena kepercayaan konsumen terhadap penegak hukum yang rendah
- b. kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai adanya lembaga yang dapat membantu mereka menyelesaikan masalah mereka sebagai konsumen
- c. kurangnya kesadaran masyarakat mengenai pentingnya upaya penyelesaian sengketa konsumen
- d. kurangnya pengetahuan mengenai prosedur yang harus dilakukan yang membuat masyarakat kurang tertarik untuk memakai jasa lembaga tersebut.

Penulis memiliki beberapa saran yang dapat menjadi masukan untuk upaya yang dilakukan konsumen untuk menuntut haknya, antara lain adalah:

1. Bagi pemerintah kota Malang
Meningkatkan kesadaran hukum masyarakat terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen dengan cara melakukan sosialisasi yang berisikan tentang hak dan kewajiban konsumen.
2. Bagi Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen kota Malang
Meningkatkan sosialisasi mengenai Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, baik tugas maupun wewenang agar masyarakat mengetahui adanya lembaga yang dapat membantu permasalahan mengenai hubungan antara konsumen dan pelaku usaha.
3. Bagi Konsumen
Masyarakat diharapkan menjadi konsumen yang cerdas dengan cara lebih aktif dalam mencari hak dan kewajibannya sebagai konsumen yang diatur dalam undang-undang perlindungan konsumen melalui Yayasan Lembaga Perlindungan Konsumen, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen maupun lembaga dan media lain.
4. Bagi bengkel sebagai pelaku usaha
Pihak bengkel diharapkan menjual suku cadang resmi dari produsen untuk mendukung produsen suku cadang resmi dan juga mencegah adanya kerugian untuk konsumen.

5. Bagi produsen suku cadang sepeda motor

Memberikan ciri khusus kepada suku cadang resmi yang dapat dijadikan acuan kepada konsumen untuk membedakan dengan suku cadang palsu, serta memberikan sosialisasi kepada konsumen mengenai dampak dari penggunaan suku cadang palsu untuk sepeda motor.

E. Daftar Pustaka

LITERATUR

Bambang Waluyo, Penelitian Hukum Dalam Praktik, Sinar Grafika, Jakarta, 2002,

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Undang-Undang no. 15 Tahun 2001 tentang Merek
Undang-Undang no. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

DATA PRIMER

Hasil wawancara pra-survey dengan anggota Tipiter pada tanggal 29 Januari 2014 pukul 13.15 WIB, di Kepolisian Resort Kota Malang.

Hasil Wawancara dengan Ir. Titik Mujiati (Kepala Seksi Pemberdayaan Konsumen Bidang Perlindungan Konsumen Disperindag Kota Malang sekaligus sebagai Kepala Sekertariat Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Kota Malang) pada tanggal 17 September 2014 pukul 10.38 WIB, di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Kota Malang

Hasil kuisioner kepada konsumen suku cadang sepeda motor, dibagikan pada tanggal 10 Juli 2014.